

# Konsekwentnie do przodu – wzrost rentowności Banku Pocztowego po III kwartałach 2014 r.

Wyniki biznesowe i finansowe

Plany na 2015 rok

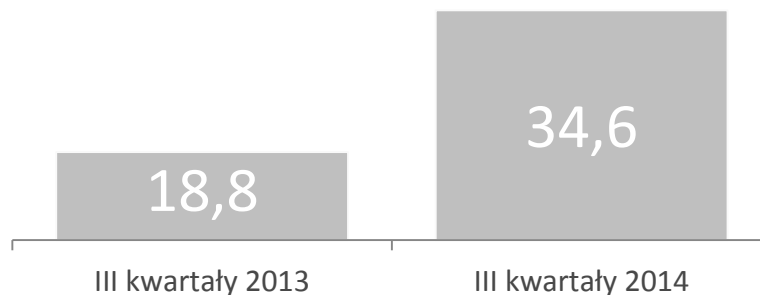
# Wyniki po III kwartałach 2014 r.

# Podsumowanie III kwartałów

- Wzrost poziomu dochodów o 18% do **255 mln zł**,
- Wzrost zysku netto o **84%** r/r i poprawa efektywności: ROE **11,2%** przy utrzymaniu dyscypliny kosztowej,
- 3,9% marży odsetkowej (wobec 3,5% rok wcześniej) – powyżej rynku,
- W konsekwencji znacząca poprawa współczynnika C/I do **64,9%**,
- Dalszy rozwój akcji kredytowej w obszarze kredytów konsumpcyjnych: wzrost salda kredytów o 22% r/r,
- Stabilny poziom sprzedaży ROR, znaczący wzrost jakości, w tym salda na ROR.

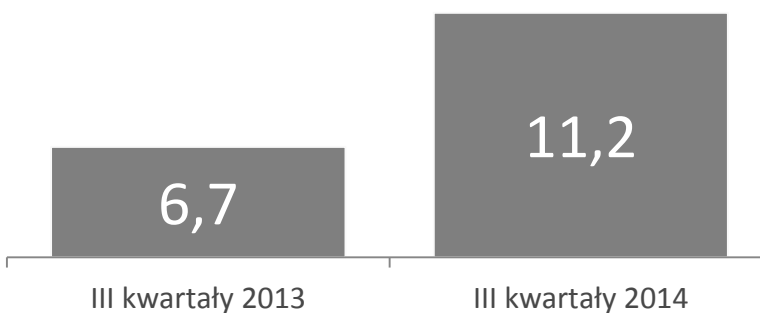
# Znaczna poprawa wyników

**Zysk netto**  
(w mln zł)



**+84%**

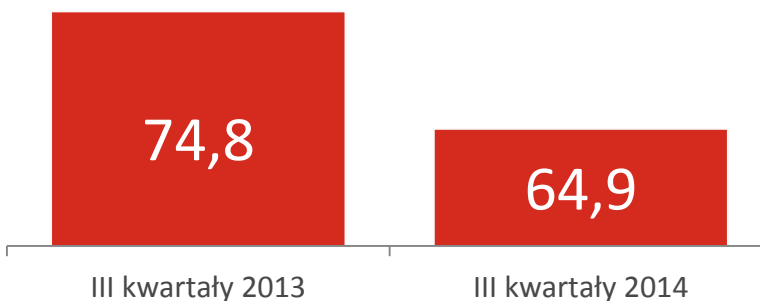
**ROE netto**  
(w %)



**+ 5 p.p.**

- ROE Banku Pocztowego osiągnęło poziom sektora bankowego (sektor – 11,0%)

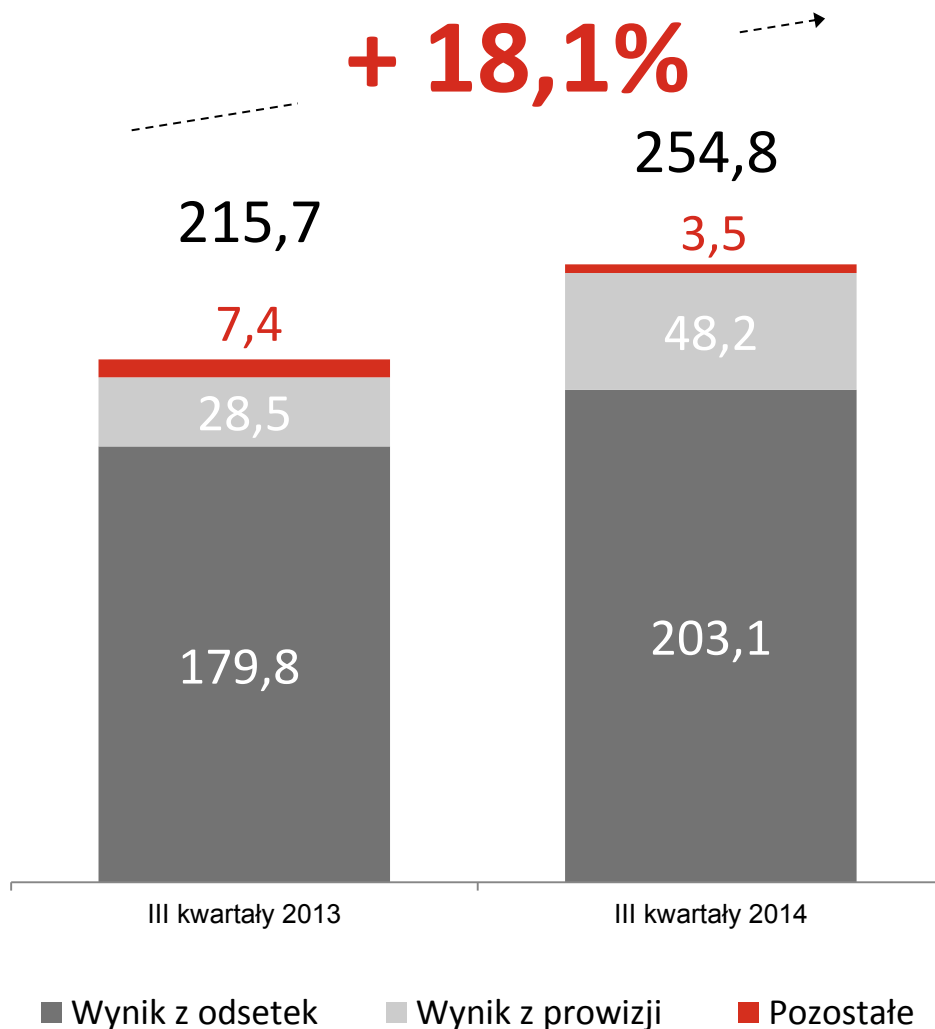
**C/I**  
(w %)



**- 10 p.p.**

- C/I poprawia się znacznie szybciej, niż w sektorze (-2,5 p.p)

# Dynamiczny wzrost dochodów

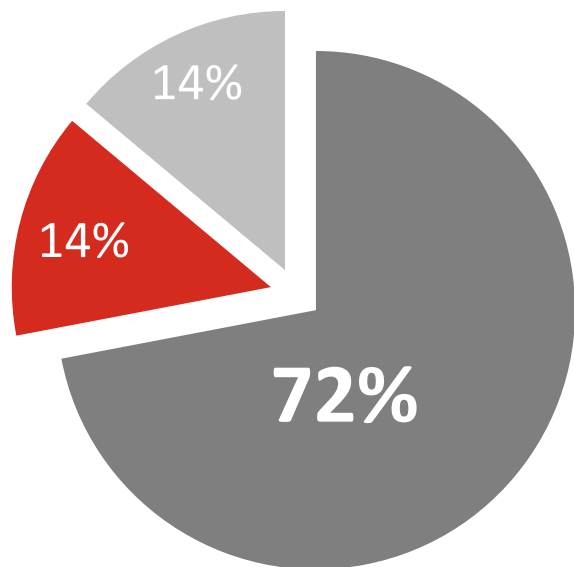


- Przyrost wyniku odsetkowego (o 13%) w konsekwencji:
  - wzrostu przychodów od kredytów wypracowanego za sprawą wyższego salda oraz zwiększenia udziału kredytów konsumpcyjnych
  - ograniczeniu poziomu kosztów finansowania w warunkach niskiego poziomu stóp procentowych. (kosztowość odsetkowa depozytów za III kwartały r. - 2,1% wobec 2,9% za III kwartały 2013 r.)
- 69% wzrost wyniku prowizji i opłat w efekcie zmiany Taryfy Prowizji i Opłat we wrześniu 2013 r. – w tym m.in. wprowadzenie opłaty za prowadzenie rachunków ROR dla nieaktywnych klientów.

# Dalszy wzrost udziału segmentu detalicznego w dochodach

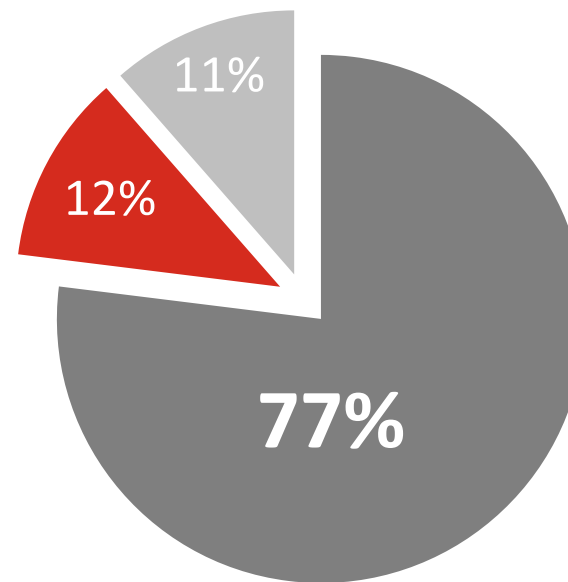
## Struktura dochodów Banku

III kwartały 2013 r.



■ detal ■ instytucje ■ rozliczenia i skarb

III kwartały 2014 r.

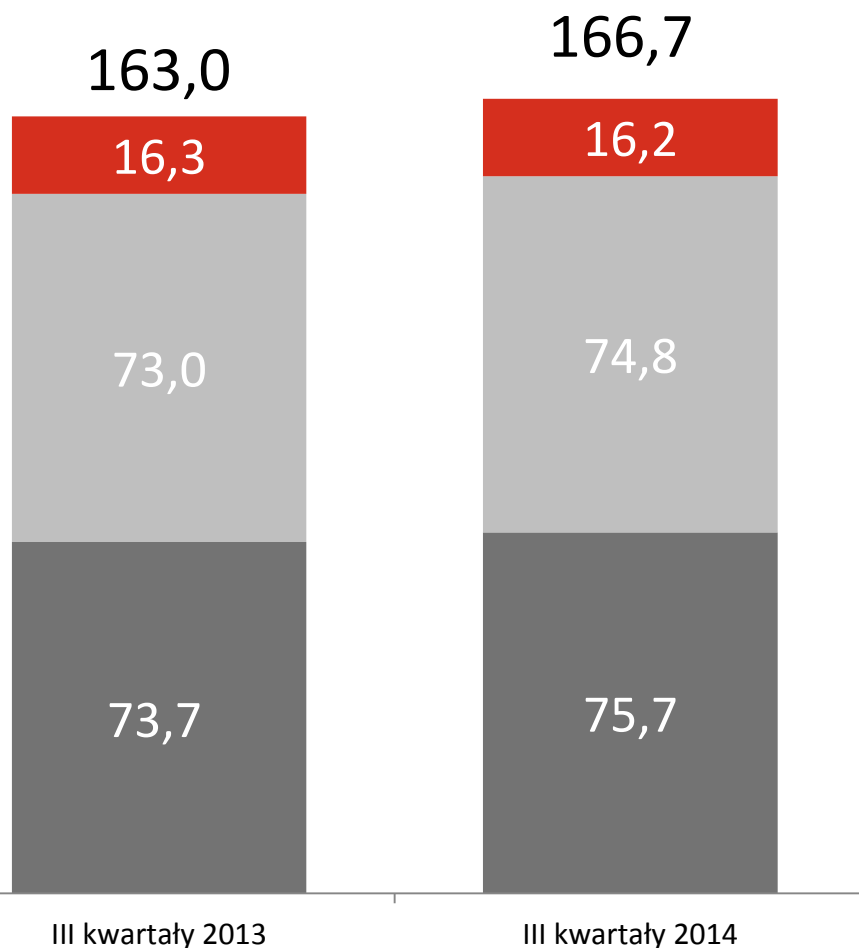


■ detal ■ instytucje ■ rozliczenia i skarb

- Zgodnie ze Strategią Bank Pocztowy staje się bankiem skoncentrowanym na obsłudze klientów detalicznych: następuje wzrost udziału segmentu detalicznego w dochodach

# Utrzymanie dyscypliny kosztowej

+ 2,3%



- Optymalizacja kosztów i procesów - wprowadzenie działań zakładających ścisłą kontrolę kosztów pozwoliło na zwiększenie efektywności.
- Główny element kosztów działania - koszty świadczeń pracowniczych w ujęciu rocznym przyrosły o 2,7%. Koszty rzeczowe - wyższe o 2,4%.

■ Świadczenia pracownicze   ■ Koszty rzeczowe  
■ Amortyzacja

# Optymalizacje kosztowe i procesowe

Prowadzone w Banku w 2014 r. i 2015 r. programy optymalizacji kosztów i procesów we współpracy z Doradcami zewnętrznymi



**BAIN & COMPANY**

zakres prac	optymalizacje w obszarze struktury organizacyjnej i obszarze zakupów
status prac	Projekt zrealizowany – 24 mln zł oszczędności w 2014 r.

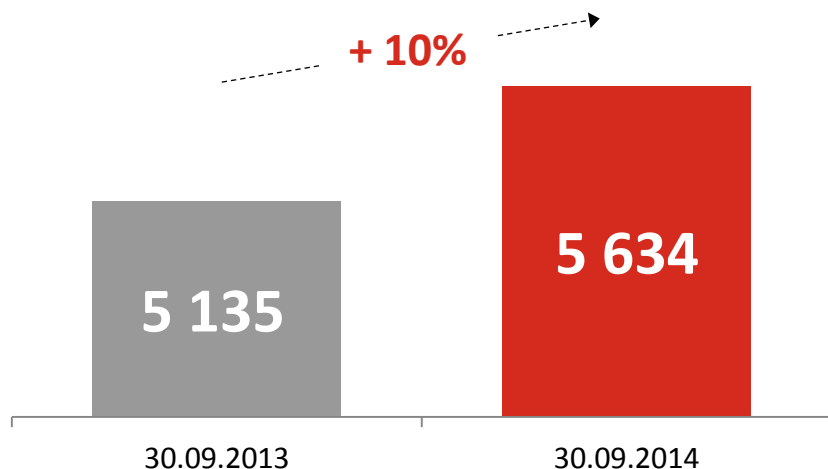
**VALEOCON**  
MANAGEMENT CONSULTING

zakres prac	optymalizacje wybranych procesów oraz wdrożenie elementów kultury ciągłego doskonalenia procesów	Cel: uproszczenie procesów dla klienta i pracownika banku oraz PP, wzrost sprzedaży
status prac	Trwają prace w 4 obszarach: 1) Optymalizacja procesów dla kredytów gotówkowych 2) Optymalizacja procesów dla rachunków bieżących 3) Synergie sprzedażowe z Poczta 4) Jakość danych klientów	

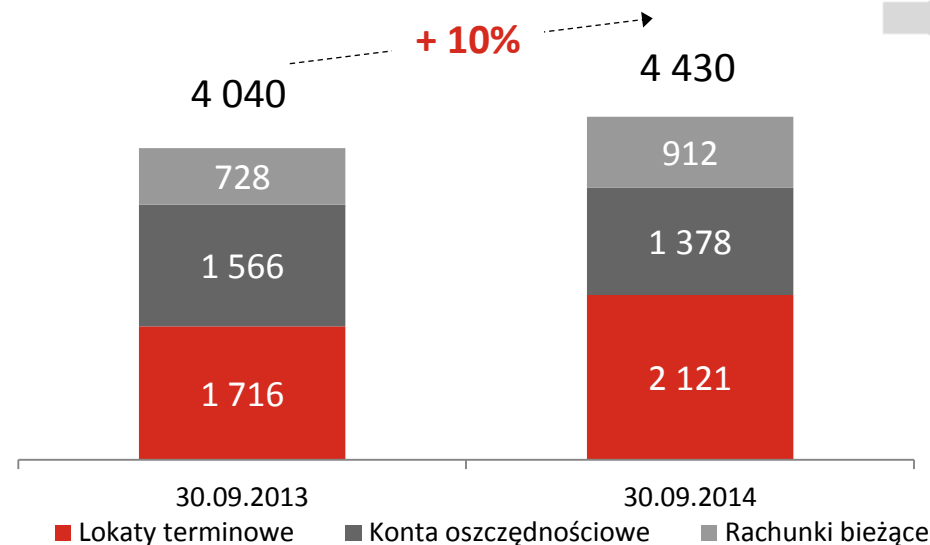


# Rozwój biznesu - depozyty

Depozyty ogółem\* (mln zł)

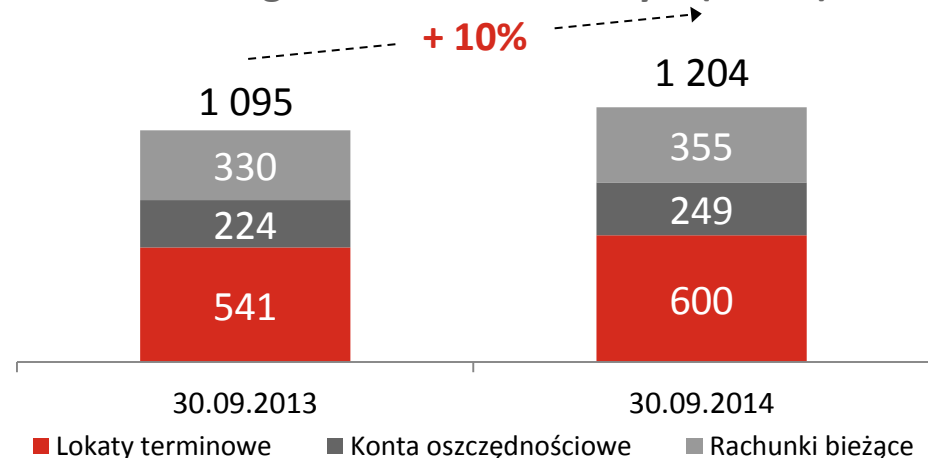


Segment detaliczny \*\* (mln zł)



- Budowa stabilnej bazy długoterminowych pasywów – lokaty terminowe segmentu detalicznego na 30.09.2014 r. stanowi blisko połowę całkowitych depozytów tego obszaru a także 38% bazy depozytowej Banku, w ujęciu rocznym przyrosty o 24%.
- W segmencie instytucjonalnym klienci najchętniej lokują swoje środki w lokaty terminowe. Stanowią one na 30.06.2014 r. 50% całkowitych depozytów tego obszaru.

Segment instytucjonalny\* (mln zł)



\*Dane zarządcze Banku bez uwzględnienia środków transferowych Poczty Polskiej

\*\* Segment detaliczny łącznie z Mikroprzedsiębiorstwami

# Zmiana oferty rachunków osobistych we wrześniu 2014 r.

konto  
**ZawszeDarmowe**  
i 10% tańsze usługi pocztowe

Jedynie takie konto w Polsce!

- 0 zł** za prowadzenie, bezwarunkowo  tańsze Ubezpieczenia Pocztove
- 0 zł** za wypłaty z 5000 bankomatów

**Sprawdź**

Gwarancja niezmienności opłaty za prowadzenie konta

**0 zł** bez dodatkowych warunków, **na zawsze**

Programy rabatowe dotyczące ubezpieczeń oraz usług pocztowych

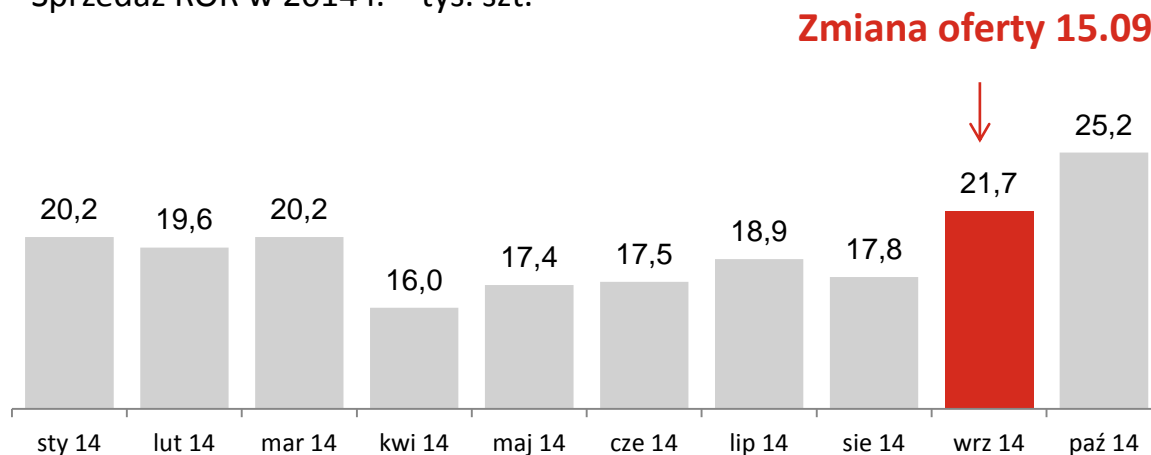
**0 zł** za aktywnie używaną kartę płatniczą (300 zł/miesiąc)

**0 zł** za wykonywanie operacji przez internet i samodzielnie na infolinii

**0 zł** za wypłaty w 5000 bankomatów lub **wygodny abonament** na wszystkie bankomaty w kraju i za granicą za **5 zł**

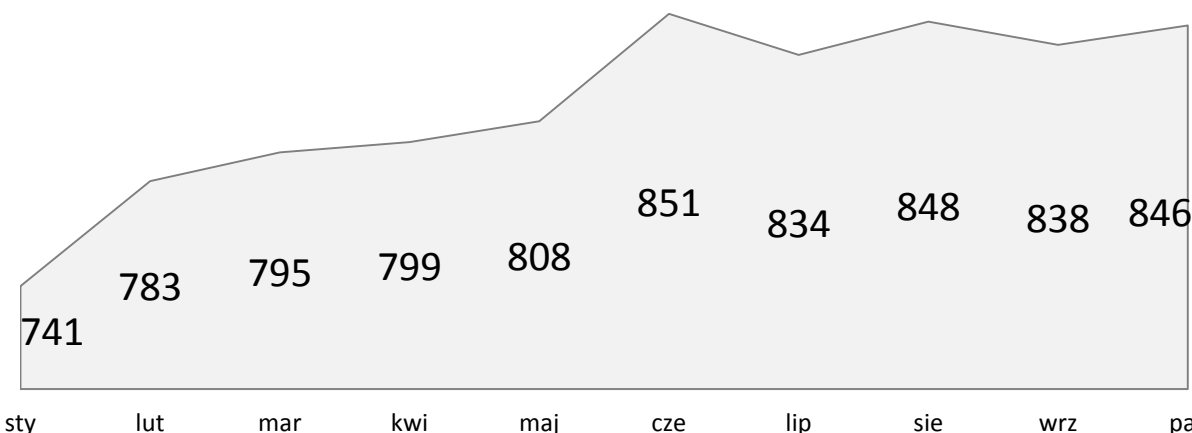
# Powrót do akwizycji na poziomie ponad 20 tys. ROR miesięcznie

Sprzedaż ROR w 2014 r. – tys. szt.



- Akwizycja ROR wyniosła po III kwartałach 170 tys. szt.
- Liczba ROR na koniec września wyniosła 806 tys.
- Wysoki poziom sprzedaży utrzymujący się w trwającym IV kwartale

Saldo na ROR – mln zł



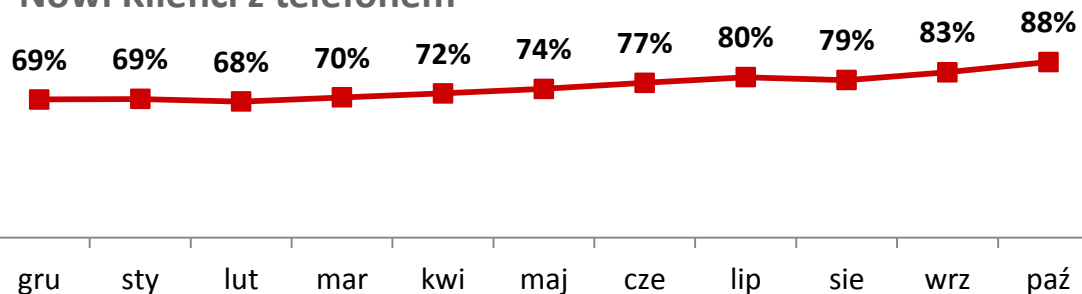
Max. osiągnięte saldo na ROR:

**969 mln zł**

07.11.2014r.

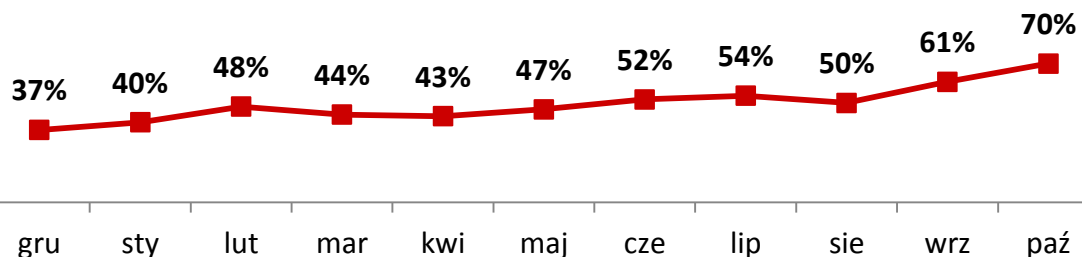
# Zmiana jakościowa nowej oferty

## Nowi Klienci z telefonem



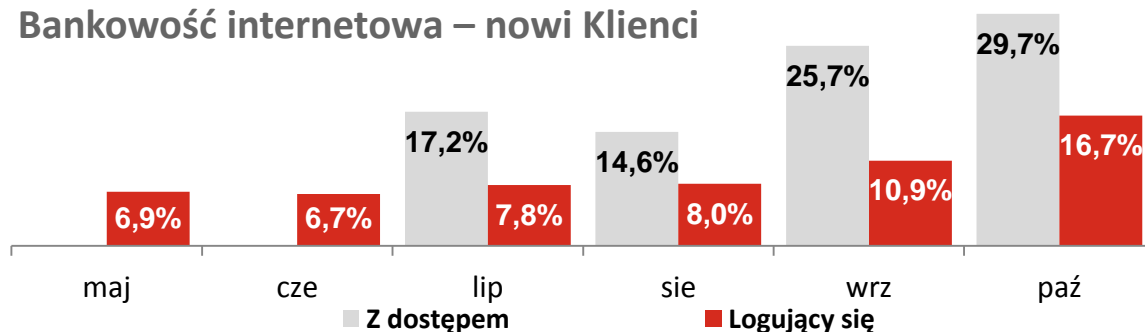
Wzrost udziału nowych Klientów z zarejestrowanym numerem telefonu

## Nowi Klienci z telefonem i zgodą na marketing



Blisko 2-krotny wzrost udziału nowych Klientów z zarejestrowanym numerem telefonu i zgodą na marketing

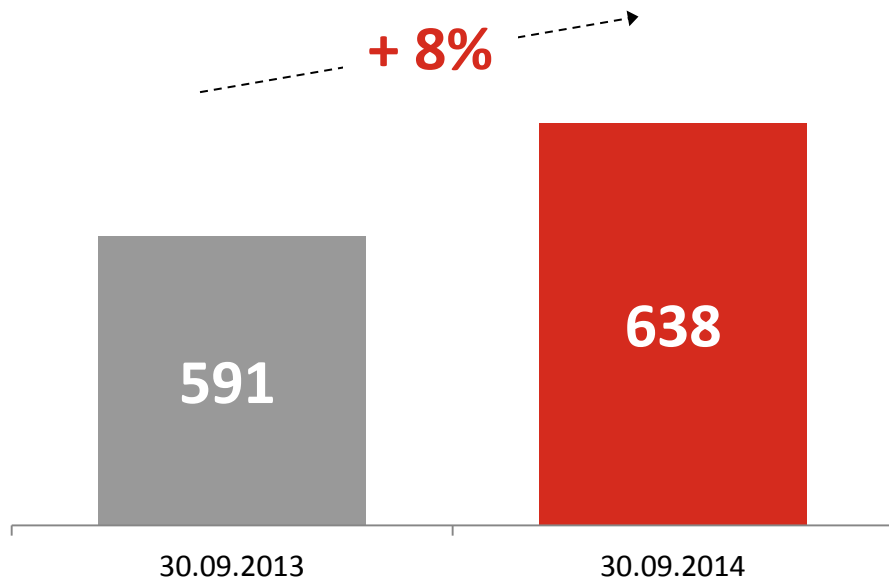
## Bankowość internetowa – nowi Klienci



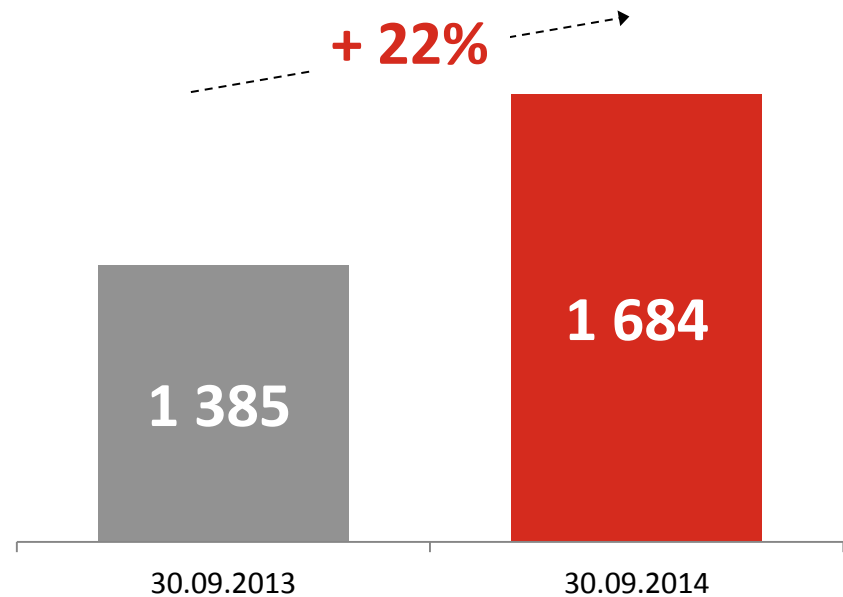
Blisko 2-krotny wzrost udziału nowych Klientów z dostępem i logujących się do bankowości internetowej

# Rozwój biznesu – kredyty konsumpcyjne

Sprzedaż  
kredytów konsumpcyjnych (mln zł)



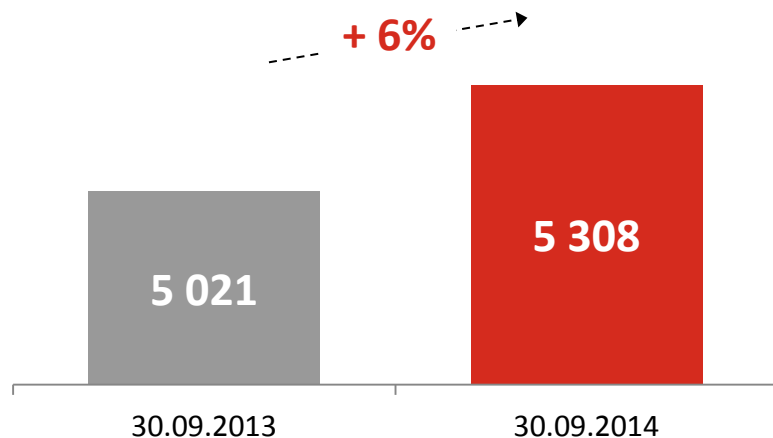
Saldo  
kredytów konsumpcyjnych (mln zł)



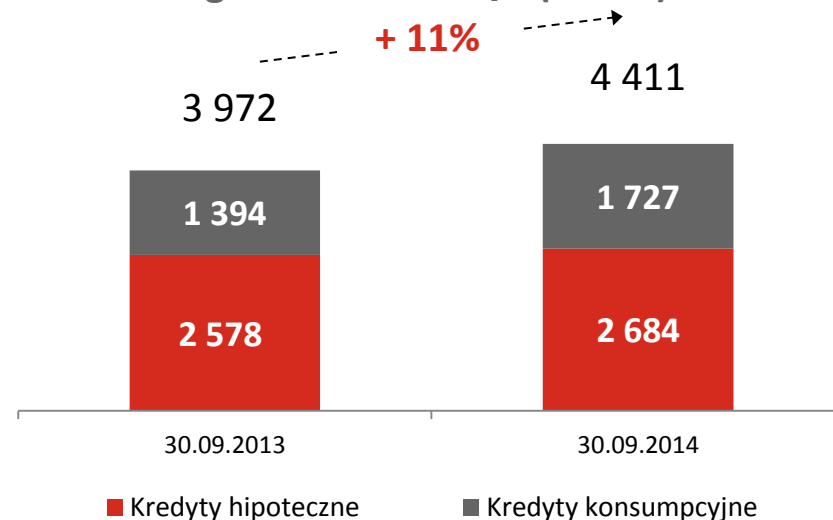
- Po III kwartałach 2014 r. Bank w dalszym ciągu prowadził intensywną akwizycję w obszarze kredytów konsumpcyjnych

# Rozwój biznesu - kredyty

### Kredyty ogółem (mln zł)

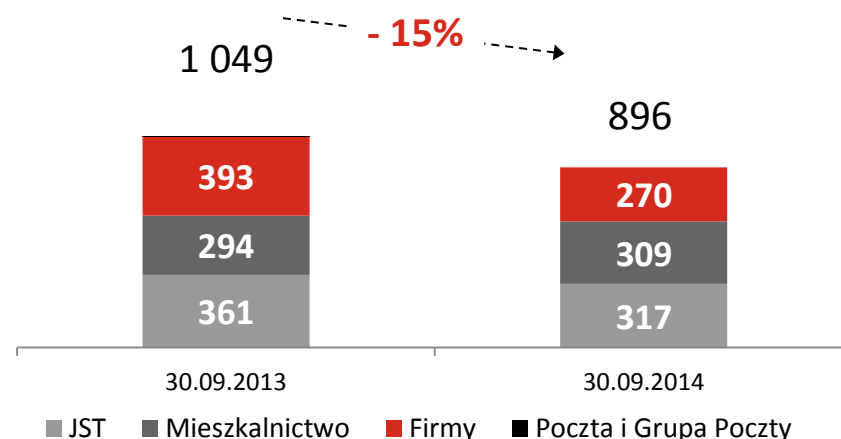


### Segment detaliczny\* (mln zł)

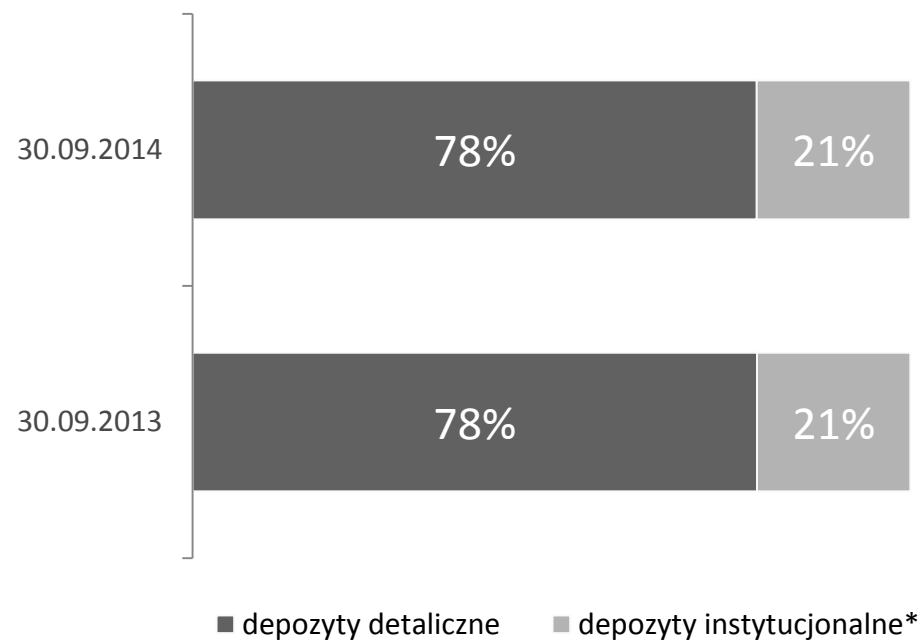
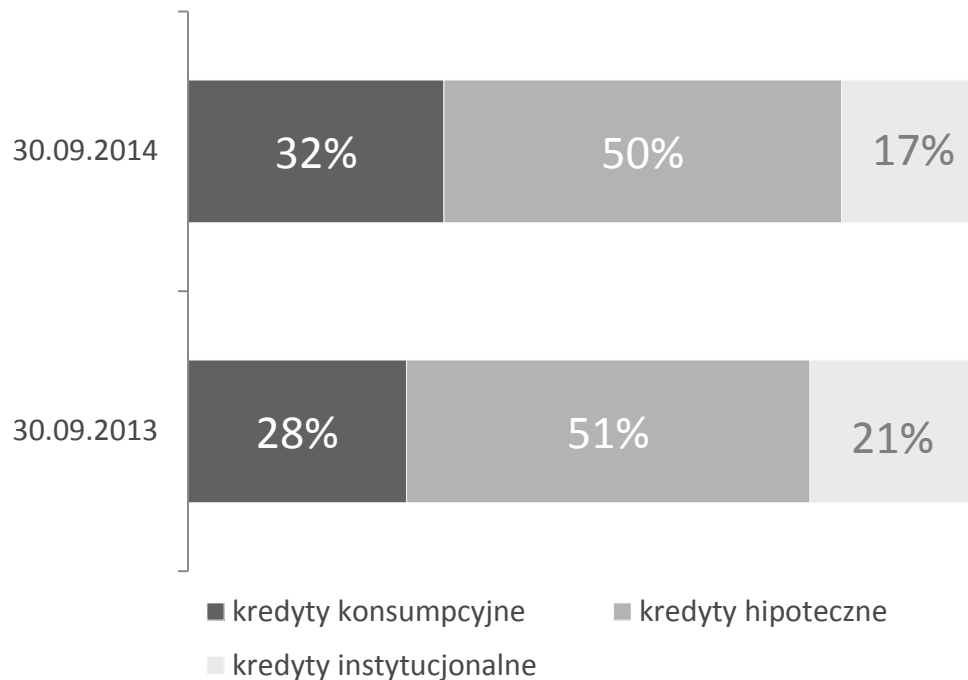


- Koncentracja na sprzedaży najbardziej rentownych produktów z punktu widzenia zwrotu z kapitału. Zwiększenie sprzedaży kredytów konsumpcyjnych i stabilna sprzedaż kredytów hipotecznych.
- Zgodnie z nową Strategią bank ogranicza finansowanie klientów instytucjonalnych w tym przede wszystkim jednostek samorządowych oraz przedsiębiorstw.

### Segment instytucjonalny (mln zł)



# Struktura kredytów i depozytów

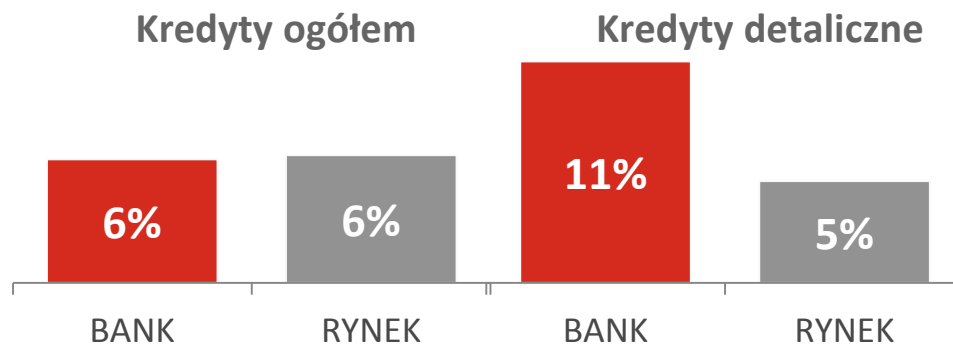


- Struktura kredytów i depozytów skoncentrowana na segmencie detalicznym
- Spadek zaangażowania segmentu klientów instytucjonalnych, zgodny z założeniami nowej Strategii

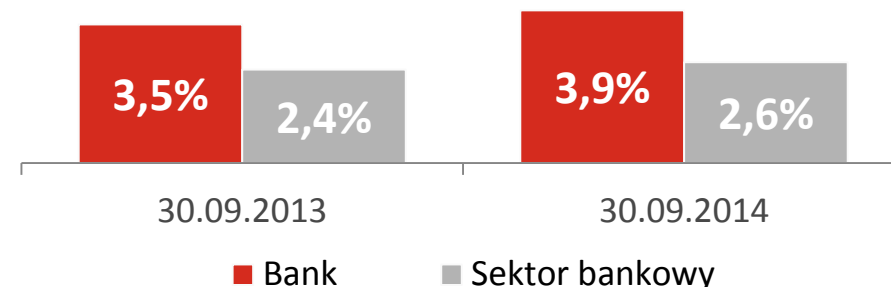
\*Dane zarządcze Banku bez środków transferowych Poczty Polskiej.

# Bank Pocztowy na tle rynku

$\Delta$  Kredytów  
30.09.2014 vs. 30.09.2013

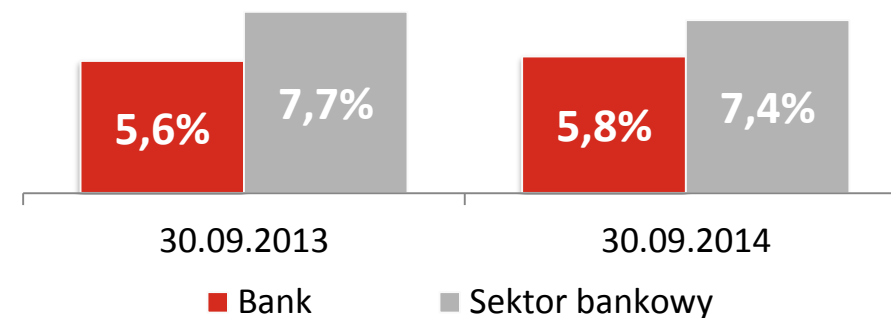


Marża odsetkowa



- W obszarze kredytów Bank utrzymał tempo wzrostu rynku, przy jednoczesnym ograniczaniu portfela kredytów instytucjonalnych
- W zakresie kredytów detalicznych Bank rozwija się w tempie dwa razy szybszym niż rynek
- Marża odsetkowa lepsza niż w sektorze: 3,9% vs. 2,4%
- Bank utrzymuje jakość portfela powyżej średniej dla sektora

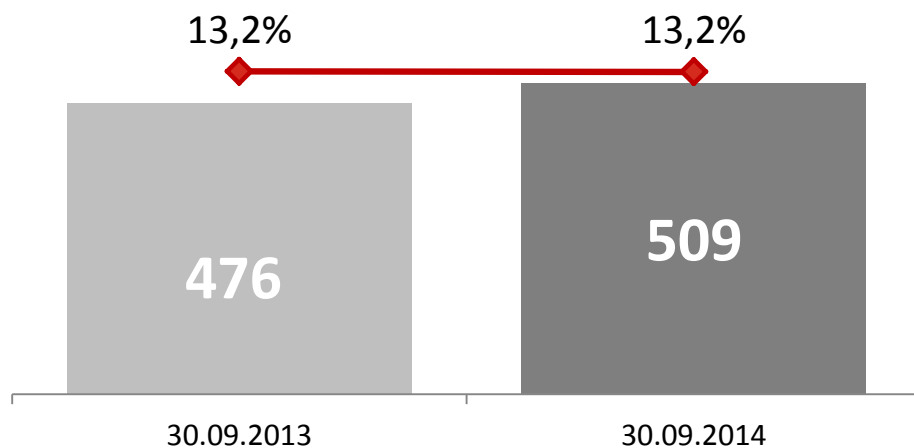
NPL



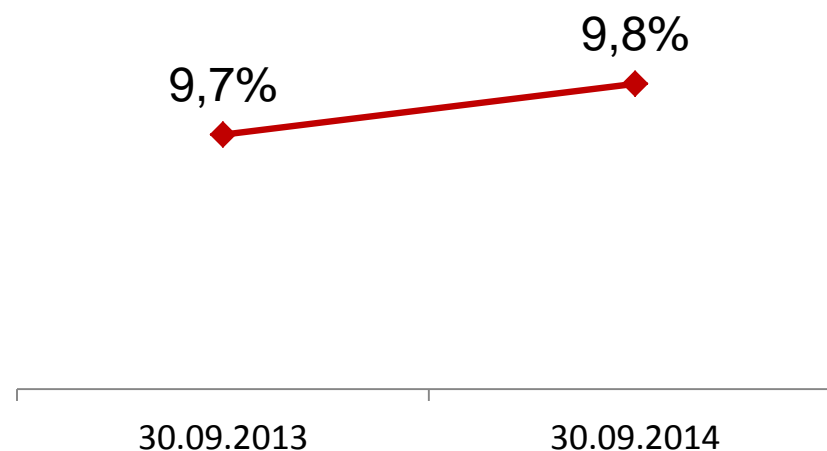


# Adekwatność kapitałowa

Fundusze własne (mln zł)  
Współczynnik wypłacalności (%)

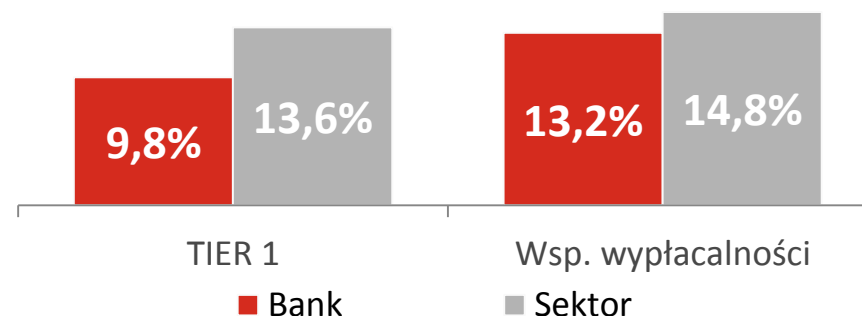


Tier 1 (%)



- Miary adekwatności kapitałowej powyżej wymaganego poziomu regulacyjnego.

Adekwatność kapitałowa na tle sektora\*



Współczynnik wypłacalności i Tier 1 – dane jednostkowe.

\*Dane sektora na 30.06.2014 r.

# Kluczowe dane

	III kwartały 2012	III kwartały 2013	III kwartały 2014	Zmiana 2014/2013
Aktywa (mln zł)	6 332	6 431	7 028	9,3%
Kredyty brutto (mln zł)	4 601	5 021	5 308	5,7%
Depozyty (mln zł)	5 119	5 135	5 634	9,7%
Kapitał własny (mln zł)	354	374	430	15,0%
Fundusze własne (mln zł)	405	476	509	6,9%
Dochody (mln zł)	220	216	255	18,1%
Zysk netto (mln zł)	27,3	18,8	34,6	84,0%
CAR (%)	12,4	13,2	13,2	0,0pp.
Tier 1 (%)	9,9	9,7	9,8	0,1pp.
ROE netto (%)	10,8	6,7	11,2	4,5pp.
C/I (%)	75,1	74,8	64,9	-9,9pp.
Klienci detaliczni (tys.)	1 244	1 403	1 414	11

Dane zarządcze, kredyty brutto i depozyty – wyłącznie kapitał, z wyłączeniem naliczonych odsetek.

Depozyty – środki klientów z wyłączeniem środków transferowych lokowanych przez Poczta Polska

Dochody – wynik odsetkowy, wynik prowizyjny, wynik na instrumentach finansowych wycenianych w wartości godziwej przez wynik finansowy oraz wynik z pozycji wymiany, wynik na pozostałych instrumentach finansowych

CAR i Tier 1 – dane jednostkowe.

Klienci detaliczni łącznie z mikroprzedsiębiorstwami.

# Wyzwania biznesowe na 2015 r.

# 1 000 000 ROR na koniec 2015 r.

290 tys. sprzedanych ROR, przyrost netto o 165 tys. – 1,06 mln na koniec roku

1,6 mln Klientów: + 160 tys.

1,33 mld zł sprzedaży kredytów konsumpcyjnych

200 mln zł sprzedanych funduszy inwestycyjnych – współpraca z IPOPEMA TFI

65 mln zł planowanego przypisu składek – rozwój oferty produktów na życie i majątkowych

374 mln zł WNDB, wzrost o 40 mln zł r/r

# Realizowane inicjatywy wspierające

Dalszy rozwój sieci:

- Mikrooddziały:  
+9 w 2014 r. i +16 w 2015 r.
  - Rewitalizacja placówek:  
3 w 2014 r. i 4 w 2015 r.
  - 2 placówki partnerskie (2014)
  - Zmiana wizualizacji (2014)
- 
- Łącznie sieć Banku będzie liczyć 305 placówek

# Placówka Partnerska w Bełchatowie



# Placówka Partnerska w Bełchatowie



# Realizowane inicjatywy wspierające

## Dalszy rozwój sieci:

- Mikrooddziały:  
+9 w 2014 r. i +16 w 2015 r.
  - Rewitalizacja placówek:  
3 w 2014 r. i 4 w 2015 r.
  - 2 placówki partnerskie (2014)
  - Zmiana wizualizacji (2014)
- Łącznie sieć Banku będzie liczyć 305 placówek

## Aplikacja do obsługi klientów banku w sieci własnej i pocztowej (FrontEnd):

- Zakończone wdrożenie w sieci własnej
- Trwa Etap 1 wdrożenia w sieci PP - do połowy 2015 r. w 4,7 tys. placówek

## Strategia zarządzania cyklem życia Klienta

## Rozpoczęcie współpracy z MasterCard

## Rozbudowa Contact Center:

- up-grade systemów
- zwiększenie zasobów

## Zakończona wymiana infrastruktury systemu centralnego – przełożenie na przyspieszenie obsługi

## Wdrożenie systemu CRM operacyjnego



# Sukces Raportu Roczного Banku Pocztoowego za 2013 r.

# „The Best Annual Report 2013” dla Banku Pocztowego!



# Trwa kampania telewizyjna Banku Poczтового

BANK POCZTOWY



| **dziękujemy**